

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากกรณีประวัติศาสตร์ที่อื้อฉาวของบริษัทยักษ์ใหญ่ในธุรกิจพลังงานของสหรัฐอเมริกา คือ เอนรอน (Enron) ที่มีการตกแต่งบัญชีงบดุลและรายงานการเงินให้มีตัวเลขกำไรสูงและปรากฏภาระหนี้สินต่ำกว่าความเป็นจริง จนทำให้ผู้บริหารสามารถสร้างผลกำไรจากราคาหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ที่เพิ่มขึ้นสูงได้อย่างมหาศาล รวมทั้งบริษัทเวิลด์คอม (WorldCom) ธุรกิจโทรคมนาคม อันดับหนึ่งของสหรัฐที่มีการตกแต่งตัวเลขทางบัญชีเช่นเดียวกับเอนรอน และนำไปสู่การประกาศล้มละลายของบริษัทเมื่อปี 2545

การล่มสลายของเอนรอนบริษัทยักษ์ใหญ่ในธุรกิจพลังงานและแก๊สธรรมชาติ ในเดือนธันวาคม 2544 และบริษัทเวิลด์คอมธุรกิจอันดับหนึ่งของอเมริกาในเดือนมีนาคม 2545 ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจบริการสอบบัญชีโดยตรง เนื่องจากนักลงทุนต้องพึ่งพาความซื่อสัตย์ของบริษัทที่ให้บริการด้านสอบบัญชีเป็นหลัก ในการพิจารณาลงทุนในบริษัทใดจะต้องมีการตรวจสอบบัญชีและมีการรับรองงบดุลและรายงานการเงินให้แก่บริษัทดังกล่าว จึงไม่แปลกที่เรื่องอื้อฉาวทางการเงินที่เกิดขึ้นระลอกแล้วระลอกเล่า ได้ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างมากในวงการอุตสาหกรรมการสอบบัญชี ที่มีการเพิ่มมาตรฐานการสอบบัญชีให้เข้มงวดขึ้น รวมทั้งเพิ่มกฎเกณฑ์ข้อบังคับใหม่ ๆ ขึ้นมามากมาย เพราะบริษัทสอบบัญชีต้องเข้าไปรับรองความน่าเชื่อถือของเอกสารการเงินของบริษัทดังกล่าวเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน ภายใต้แนวคิดการกำกับดูแลที่ดี หรือ บรรษัทภิบาล (Corporate Governance)

การล่มสลายของบริษัทยักษ์ใหญ่อย่างเอนรอนก็ได้พาเอาบริษัทสอบบัญชียักษ์ใหญ่ของโลก ภายใต้ชื่อ อาร์เธอร์ แอนเดอร์เซน (Arthur Andersen) ให้ล้มตามไปด้วย มีผลให้กลุ่มบริษัทบัญชียักษ์ใหญ่ของโลกที่เรียกกันว่า “Big Five” (บริษัทที่ปรึกษาที่ให้บริการด้านการสอบบัญชี บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ และบริการที่ปรึกษาด้านกฎหมายและภาษี ห้าอันดับแรกของโลก) เหลือเพียงแค่ Big Four เท่านั้นในปัจจุบัน ซึ่ง ได้แก่ ไพรซ์วอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส (PricewaterhouseCoopers - PwC) เอิร์นสต์ แอนด์ ยัง (Ernst & Young - E&Y) เคพีเอ็มจี (KPMG) หรือ เคพีเอ็มจี ภูมิไชย ในประเทศไทย และ ดีลอยท์ ทูช (Deloitte & Touche - DTT) หรือ ดีลอยท์ ทูช ไร้มัทสุ ไชยยศ ในประเทศไทย

บริษัทที่ให้บริการด้านการบัญชี (Accounting Service) ระดับยักษ์ใหญ่เหล่านี้ มีการบริการที่หลากหลายนอกเหนือจากบริการด้านการสอบบัญชี กล่าวคือ จากแต่เดิมมีเพียงบริการ

ด้านการบัญชีเท่านั้น แต่มีการขยายงานเข้าสู่ธุรกิจที่ปรึกษาทางธุรกิจและเปลี่ยนไปเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่ครอบคลุมธุรกิจหลากหลายสาขาดังแต่บริการที่ปรึกษาทางกฎหมายและกลยุทธ์ไปจนถึงการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งบริษัทเหล่านี้จะมีสาขาครอบคลุมอยู่ทั่วโลกโดยเป็นการควบรวมกิจการของบริษัทสอบบัญชีและสำนักงานกฎหมายระดับท้องถิ่นที่โดดเด่นในประเทศนั้น ๆ เข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดเป็นบริษัทที่ปรึกษาที่สามารถให้บริการได้ทุกทวีปทั่วโลก ตลอดจนมีความชำนาญทางเทคนิคเฉพาะด้านเป็นรายอุตสาหกรรม โดยบริษัทที่ปรึกษาระดับ “บิ๊กโฟร์” มีจำนวนพนักงาน และสาขาทั่วโลก ดังนี้

ตารางที่ 1.1

มีจำนวนพนักงาน และสาขาทั่วโลกของบริษัทที่ปรึกษาระดับ “บิ๊กโฟร์”

รายการ	PwC	E&Y	DT&T	KPMG
จำนวนประเทศที่มีสำนักงาน	146	140	148	145
จำนวนสำนักงานทั่วโลก	769	670	670	717
บุคลากรทั้งหมดโดยประมาณ	150,000	107,000	150,000	123,000

ที่มา: รายงานประจำปี พ.ศ. 2550 ของแต่ละสำนักงาน

จากเหตุการณ์ล้มละลายของเอนรอนที่เกิดขึ้น นอกจากจะส่งผลกระทบในด้านลบอย่างมากต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของผู้สอบบัญชีของเอนรอน ยังส่งผลกระทบอย่างแรงต่อวิชาชีพบัญชี และผู้มีอาชีพด้านการบัญชี โดยเฉพาะความเชื่อมั่นในการเป็นมืออาชีพ ความโปร่งใสและจริยธรรม จึงทำให้บรรดาบริษัทผู้สอบบัญชีระดับ “บิ๊กโฟร์” ที่เหลือ เร่งดำเนินการต่าง ๆ เพื่อสร้างและปรับภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรและประกาศนโยบายใหม่ว่าจะแยกกิจการตรวจสอบบัญชีออกจากบริการอื่นที่อาจจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ทับซ้อนหรือขาดความอิสระในการเสนอความคิดเห็นต่อรายงานทางการเงิน

ในส่วนของสภาพแวดล้อมการแข่งขันของตลาดที่ปรึกษา ในประเทศไทยนั้น แม้ว่าจะมีความชัดเจนเกี่ยวกับส่วนแบ่งการตลาดที่ “บิ๊กโฟร์” จะครอบครองสัดส่วนลูกค้าที่เป็นบริษัทข้ามชาติที่มาเปิดกิจการในประเทศไทย และมีการส่งลูกค้ามาจากต่างประเทศ เพราะบริษัทในประเทศไทยเป็นบริษัทลูก หรือ บริษัทในเครือ จึงมีแนวโน้มค่อนข้างสูงที่ต้องเป็นผู้สอบบัญชีรายเดียวกัน เพราะความสะดวกในการไปรวมงบการเงินในประเทศแม่ อีกส่วนหนึ่ง “บิ๊กโฟร์” จะครอบครองสัดส่วนลูกค้าที่เป็นบริษัทจดทะเบียนและบริษัทขนาดใหญ่ของไทย เนื่องจากศักยภาพในการเสนอบริการต่าง ๆ ที่หลากหลายกว่าองค์กรที่ปรึกษาทั่วไป ซึ่งหน้าที่และความรับผิดชอบหลักที่ “บิ๊กโฟร์” ให้บริการและถือว่าเป็นความแข็งแกร่งขององค์กร คือ บริการด้านการบัญชีและ

ตรวจสอบบัญชี บริการที่ปรึกษาด้านกฎหมายและภาษี และบริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ ที่อาศัยการดำเนินงานที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั่วโลก

นอกจากนั้นในกรณีบริษัทมหาชน หรือบริษัทจำกัดขนาดใหญ่ที่มีผู้ถือหุ้นหลากหลาย ที่ทำการบริหารโดยผู้ถือหุ้นใหญ่ หรือ ผู้บริหารมืออาชีพก็ตาม ความจำเป็นที่ต้องมีผู้สอบบัญชีทำการตรวจสอบผลการดำเนินงาน และฐานะของบริษัท เพื่อให้ความเห็นที่เป็นอิสระตามมาตรฐานแห่งวิชาชีพเพื่อเป็นการให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้ถือหุ้นทุกกลุ่มอย่างเสมอภาคกัน ตามหลักการบรรษัทภิบาล (Corporate Governance) หรือ ธรรมภิบาล (Good Governance) อันเป็นเงื่อนไขที่สำคัญที่จะทำให้การขยายงานของบริษัท และการขยายตัวทางการค้ามีรากฐานที่มั่นคงยิ่งขึ้น นอกจากนี้ บรรษัทภิบาล ในปัจจุบันนี้ได้กลายเป็นเงื่อนไขขั้นต่ำที่บริษัทที่ต้องการค้าขายในระดับสากลจำเป็นต้องมี สำนักงานบัญชีของไทยมีส่วนที่สำคัญมากในการสร้างบรรษัทภิบาลให้เกิดขึ้นได้ โดยการการเน้นในเรื่องการกำหนดระบบการควบคุมภายใน ระบบการบริหารความเสี่ยง ระบบการตรวจสอบภายใน ระบบสารสนเทศในการบริหารงาน ระบบบัญชีต้นทุน ระบบบัญชีบริหาร มาตรการป้องปรามการทุจริต และการสอบบัญชีให้ได้มาตรฐานสากลการเคลื่อนไหวเพื่อทำการปฏิรูป หรือ ปฏิวัติการจัดทำบัญชี และการรายงานผลการดำเนินงานให้แก่สาธารณชนเป็นไปอย่างถูกต้องตามหลักการบัญชี มีการตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชีที่ยอมรับโดยทั่วไป และผู้สอบบัญชีต้องปฏิบัติงานตามมาตรฐานแห่งวิชาชีพ กับจริยธรรมของการเป็นผู้สอบบัญชี หรือ ผู้ทำบัญชีเนื่องจากนักลงทุนต้องพึ่งพาความซื่อสัตย์ของบริษัทสอบบัญชีเป็นหลัก ในการพิจารณาลงทุนในบริษัทใด จึงไม่แปลกที่เรื่องอื้อฉาวทางการเงินในกรณีของเอนรอนที่เกิดขึ้นได้ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างมากในอุตสาหกรรมการสอบบัญชี

ตลาดที่ปรึกษา ในประเทศไทยเองก็ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ดังกล่าวในแง่ของความน่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ต่อวิชาชีพบัญชีและคุณภาพของการสอบบัญชีเช่นเดียวกัน มีคำถามเกิดขึ้นในใจของประชาชนทั่วไปอย่างมากมายว่าธุรกิจที่ปรึกษามีความโปร่งใสและน่าเชื่อถือมากน้อยขนาดไหน ฉะนั้นบริษัทสอบบัญชีระดับ “บิ๊กโฟร์” บางแห่ง เริ่มตื่นตัวในการสร้างความรับรู้และความเข้าใจในแนวนโยบายขององค์กร ศักยภาพและประสิทธิภาพรวมทั้งจริยธรรมของตนเพื่อความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดี เนื่องจากปัจจัยการแข่งขันของธุรกิจการสอบบัญชีและที่ปรึกษา ที่สำคัญที่สุดก็คือ ชื่อเสียงที่สะสมมาช้านานจากความเป็นมืออาชีพที่มีจริยธรรมแห่งวิชาชีพ มาตรฐานการทำงานที่เที่ยงตรงจนเป็นที่ประจักษ์แก่สาธารณะ ประกอบกับการมีเครื่องมือช่วยในการตรวจสอบ อันได้แก่ เทคโนโลยี ซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ในการบริหารจัดการ และฐานข้อมูล

จากการศึกษาพบว่าองค์กรที่ปรึกษาทางธุรกิจและการเงินในประเทศไทยทุกระดับต่างเร่งประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับองค์กรของตน รวมทั้งดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อรักษาและฟื้นฟูภาพลักษณ์จากเหตุการณ์อื้อฉาว โดยองค์กรเหล่านี้ต่างมีการดำเนินงาน

ประชาสัมพันธ์ทั้งในรูปแบบที่ปฏิบัติเองและว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญทางวิชาชีพประชาสัมพันธ์ สำหรับการวางแผนประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อมวลชนประเภทสื่อสิ่งพิมพ์แนวเศรษฐกิจโดยนำข้อมูลที่เป็นจุดแข็งของตนมาเป็นจุดขายที่จะบอกกล่าวแก่คนทั่วไปและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีการประชาสัมพันธ์ตนเองเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือจากความชำนาญในด้านต่าง ๆ โดยเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำประโยชน์ในด้านวิชาการในสมาคมหรือสโมสรที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การเป็นวิทยากรบรรยายในหัวข้อที่ถนัด การเขียนบทความให้กับหนังสือหรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เพื่อประโยชน์แก่ประชาชนทั่วไปและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รับความรู้เพิ่มขึ้นและสามารถนำไปใช้ได้ นอกจากนี้ยังมีการเข้าไปสนับสนุนการแข่งขันกีฬาที่ผู้บริหารนิยมมาก เช่น กอล์ฟ เทนนิส การแข่งรถ การแข่งโปโล เป็นต้น การสนับสนุนการประชุมทั้งระดับโลกและระดับชาติ มีการจัดสรรงบประมาณในการจัดงานสัมมนา และจัดทำการศึกษาภาคสนามในด้านต่าง ๆ เช่น การทุจริต การบริหารความเสี่ยง การว่าจ้างแรงงาน การขยายตัวทางเศรษฐกิจ การควบรวมกิจการ เป็นต้น ซึ่งเป็นหนึ่งในกระบวนการเครื่องมือในการต่อยอดและเสริมสร้างการรับรู้เกี่ยวกับองค์กรที่ปรึกษา ระดับ “บิกโฟร์” และความรู้ในความเชี่ยวชาญผ่านงานวิจัยของตน ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นกระบวนการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ปรึกษา ระดับ “บิกโฟร์” นิยมปฏิบัติ

ฉะนั้นงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ปรึกษา ระดับ “บิกโฟร์” ที่เน้นให้ความสำคัญกับสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์แนวเศรษฐกิจจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างการรับรู้ตระหนักรู้แก่กลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นบริษัทข้ามชาติที่มาดำเนินธุรกิจในประเทศไทย บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ บริษัทขนาดใหญ่ในประเทศไทย และสาธารณชนทั่วไป เกี่ยวกับความเชี่ยวชาญในด้านวิชาชีพบัญชีและกฎหมาย รวมทั้งความน่าเชื่อถือของความเป็นองค์กรระดับโลก ความเป็นองค์กรที่มีมาตรฐานในการดำเนินงานของบุคลากร รวมทั้งจริยธรรมในการปฏิบัติงานของบริษัทที่ปรึกษา

จากการรายงานการวิจัย เรื่อง การใช้สื่อมวลชนในงานประชาสัมพันธ์¹ พบว่าหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ใช้มาก มีบทบาทและมีความสำคัญมากที่สุด ซึ่งตรงกับแนวทางการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ปรึกษา ระดับ “บิกโฟร์” โดยหนังสือพิมพ์แนวเศรษฐกิจถือว่ามีความสำคัญในการกลั่นกรองข่าวสารจากองค์กรที่ปรึกษา ระดับ “บิกโฟร์” ไปยังประชาชนผู้อ่าน ด้วยสาเหตุดังกล่าว จึงได้ทำการศึกษาการรับรู้ของนักหนังสือพิมพ์ด้านเศรษฐกิจต่อบทบาทการทำประชาสัมพันธ์ขององค์กรธุรกิจที่ปรึกษา ระดับ “บิกโฟร์” ในประเทศไทย ซึ่งเป็นการศึกษาการรับรู้ของนักหนังสือพิมพ์ด้านเศรษฐกิจต่อองค์กรที่ปรึกษา ระดับ “บิกโฟร์” ใน

¹ พรทิพย์ พิมลสินธุ์, “การใช้สื่อมวลชนในงานประชาสัมพันธ์,” (รายงานการวิจัย สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539).

ด้านต่าง ๆ ทั้งจากข้อมูลข่าวสารและบทความที่หน่วยงานประชาสัมพันธ์เตรียมให้และไม่ได้เตรียมให้ ซึ่งจะทำให้ทราบถึงภาพลักษณ์โดยรวม ความโดดเด่นในด้านต่าง ๆ ความเคลื่อนไหว และธุรกิจขององค์กรที่ปรึกษา ระดับ “บิกโฟร์” ตามความเป็นจริง เพื่อนำผลดังกล่าวไปประเมินเพื่อวางแผนการประชาสัมพันธ์และกระตุ้นให้เกิดการรับรู้กับสื่อมวลชนให้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนั้นการศึกษารับรู้และความคาดหวังของสื่อมวลชนประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ที่สังกัดหนังสือพิมพ์แนวเศรษฐกิจสายเศรษฐกิจและการเงินเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจที่ปรึกษา ระดับ “บิกโฟร์” เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการปฏิบัติงานจริงและความคาดหวังของผู้สื่อข่าวในด้านการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ โดยจะนำข้อมูลเหล่านี้ พร้อมทั้งข้อเสนอแนะต่าง ๆ มาเป็นแนวทางเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการของผู้สื่อข่าวมากขึ้น ซึ่งจะทำให้หน่วยงานประชาสัมพันธ์สามารถสื่อสารกับสื่อมวลชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ข้าราชการสัมพันธ์ได้เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนมากขึ้น และสื่อมวลชนเกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ปรึกษา ระดับ “บิกโฟร์” ในประเทศไทย โดยนำผลที่ได้จากการศึกษามาเป็นข้อมูลสำหรับองค์กรในธุรกิจที่ปรึกษาทางธุรกิจเพื่อพิจารณา ทบทวนและปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับระดับการรับรู้และความคาดหวังของสื่อมวลชน ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนสู่สาธารณะขององค์กรที่ปรึกษา ระดับ “บิกโฟร์” ในประเทศไทยต่อไป

ปัญหานำการศึกษา

1. นักหนังสือพิมพ์ด้านเศรษฐกิจมีการรับรู้เกี่ยวกับองค์กรที่ปรึกษา ระดับ “บิกโฟร์” ในด้านต่าง ๆ จากข้อมูลข่าวและบทความที่หน่วยงานประชาสัมพันธ์ดำเนินการเผยแพร่และไม่ได้เผยแพร่เป็นอย่างไร
2. นักหนังสือพิมพ์ด้านเศรษฐกิจมีการรับรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ปรึกษา ระดับ “บิกโฟร์” เป็นอย่างไร
3. นักหนังสือพิมพ์ด้านเศรษฐกิจมีความคาดหวังเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ปรึกษา ระดับ “บิกโฟร์” เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อทราบถึงการรับรู้ของนักหนังสือพิมพ์ด้านเศรษฐกิจเกี่ยวกับองค์กรที่ปรึกษา ระดับ “บิ๊กโพร์” ในด้านต่าง ๆ จากข้อมูลข่าวและบทความที่หน่วยงานประชาสัมพันธ์ดำเนินการเผยแพร่และไม่ได้เผยแพร่
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ของนักหนังสือพิมพ์ด้านเศรษฐกิจเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ปรึกษา ระดับ “บิ๊กโพร์”
3. เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักหนังสือพิมพ์ด้านเศรษฐกิจเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ปรึกษา ระดับ “บิ๊กโพร์”

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การรับรู้และความคาดหวังของนักหนังสือพิมพ์ด้านเศรษฐกิจต่อการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ปรึกษา ระดับ “บิ๊กโพร์” ในประเทศไทย”เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ดังนี้

1. การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะสื่อมวลชนประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์แนวเศรษฐกิจที่มียอดจำหน่ายสูงสุด 10 อันดับ
2. ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา เริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายน – สิงหาคม 2551

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

1. การรับรู้ หมายถึง การรู้จัก การเข้าใจ และสามารถจดจำได้ ในด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับองค์กรที่ปรึกษา ระดับ “บิ๊กโพร์” ทั้งที่ดำเนินการเผยแพร่จากหน่วยงานประชาสัมพันธ์และไม่ได้ดำเนินการจากหน่วยงานประชาสัมพันธ์ รวมทั้งหมายถึง การรู้จัก การรู้ และอาจมีประสบการณ์ต่อการประชาสัมพันธ์จากองค์กรที่ปรึกษา ระดับ “บิ๊กโพร์” ของผู้สื่อข่าวสายเศรษฐกิจและการเงินในหนังสือพิมพ์แนวเศรษฐกิจ
2. ความคาดหวัง หมายถึง ความประสงค์หรือความต้องการที่พึงประสงค์ ที่จะให้เป็นหรือปรากฏ ในการศึกษครั้งนี้ หมายถึง ความคาดหวังของผู้สื่อข่าวสายเศรษฐกิจและการเงินในหนังสือพิมพ์แนวเศรษฐกิจในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ปรึกษา ระดับ “บิ๊กโพร์” เพื่อประโยชน์ต่อการทำงานในการเผยแพร่และตีพิมพ์ข่าวในสื่อของตน

3. สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่ใช้เพื่อการสื่อสารกับกลุ่มคนจำนวนมาก ในการศึกษาครั้งนี้ หมายความว่าเฉพาะหนังสือพิมพ์

4. นักหนังสือพิมพ์ หมายถึง ผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ เช่น นักข่าว ช่างภาพ เป็นต้น

5. ผู้สื่อข่าว หมายถึง ผู้ที่เสาะแสวงหาข่าว และทำข่าวด้วยวิธีการสัมภาษณ์ สอบถาม เข้าร่วมฟังในที่ประชุมแถลงข่าว การสัมมนา ติดตามเหตุการณ์ต่าง ๆ หรือปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายให้ทำข่าว และเขียนข่าวตามรูปแบบของการเสนอข่าวที่ถูกต้องชัดเจน โปร่งใส และมีรายละเอียดตามความเหมาะสมสำหรับเรื่องหรือเหตุการณ์ที่เป็นข่าว ส่งข่าวให้กับกองบรรณาธิการ เพื่อพิจารณาก่อนเผยแพร่โดยการออกอากาศหรือลงพิมพ์ในสิ่งพิมพ์ ในการศึกษาครั้งนี้หมายความว่าผู้สื่อข่าวที่สังกัดหนังสือพิมพ์แนวเศรษฐกิจ

6. หัวหน้าข่าว หมายถึง ผู้มีอำนาจในการวางข่าว พาดหัวข้อข่าว กำหนดภาพ และอื่น ๆ เพื่อให้หนังสือพิมพ์ฉบับนั้นมีคุณค่าที่สุด ในการศึกษาครั้งนี้ หมายความว่าเฉพาะหัวหน้าข่าวสายเศรษฐกิจและการเงิน

7. บรรณาธิการข่าว หมายถึง ผู้ที่ดูแลภาพรวมของหน้าข่าวหรือทั้งฉบับต่อจากหัวหน้าข่าว มีสิทธิในการทักท้วง เสนอแนะได้ในทุกประเด็นแล้วแต่ดุลยพินิจของบรรณาธิการข่าว ในการศึกษาครั้งนี้ หมายความว่าเฉพาะบรรณาธิการข่าวสายเศรษฐกิจและการเงิน

8. องค์กรที่ปรึกษา ระดับ “บิ๊กโฟร์” หมายถึง บริษัทที่ให้บริการด้านบัญชีและตรวจสอบบัญชี บางครั้งเรียก สำนักงานบัญชีหรือสำนักงานตรวจสอบบัญชี หรือบริษัทที่ปรึกษา นอกจากนั้นยังมีบริการที่ปรึกษาด้านกฎหมายและภาษี รวมทั้งบริการที่ปรึกษาทางด้านธุรกิจ ซึ่งมีประวัติอันยาวนานและมีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก 4 ราย ซึ่งมีการบัญญัติคำเพื่อเรียก 4 องค์กรนี้ว่า “บิ๊กโฟร์” สำหรับงานวิจัยนี้ หมายถึง บริษัทสาขาในประเทศไทย ได้แก่ ไพรซ์วอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส (PricewaterhouseCoopers - PwC) เอ็นส์ท์ แอนด์ ยัง (Ernst & Young - E&Y) เคพีเอ็มจี (KPMG) หรือ เคพีเอ็มจี ภูมิภาคไทย ในประเทศไทย และ ดีลอยท์ ทูช (Deloitte & Touche - DTT) หรือ ดีลอยท์ ทูช โรมัทสึ ไชยยศ ในประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความรู้ ความเข้าใจ ของนักหนังสือพิมพ์ด้านเศรษฐกิจ เกี่ยวกับองค์กรที่ปรึกษา ระดับ “บิ๊กโฟร์” ในด้านต่าง ๆ จากข้อมูลข่าวสารและบทความที่ดำเนินการเผยแพร่จากหน่วยงานประชาสัมพันธ์และไม่ได้ดำเนินการเผยแพร่จากหน่วยงานประชาสัมพันธ์

2. ทำให้ทราบถึงความคาดหวังและความต้องการของนักหนังสือพิมพ์ด้านเศรษฐกิจ ในการทำประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ปรึกษา ระดับ “บิ๊กโฟร์” และทำการเปรียบเทียบกับ

ปฏิบัติงานจริง ทำให้ทราบถึงลักษณะและวิธีปฏิบัติงานที่ทำให้ชาวประชาสัมพันธ์ได้เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนมากขึ้น

3. เพื่อนำผลที่ได้ มากำหนด ปรับปรุง แก้ไขและพัฒนาแนวทางในการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ขององค์กรที่ปรึกษาฯ ระดับ “บิ๊กโพร์” ให้ตรงกับความต้องการของสื่อมวลชนต่อไป